

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

RS Bethesda Yogyakarta merupakan rumah sakit umum yang berada di bawah yayasan kristen. Rumah sakit ini telah berdiri dan melayani masyarakat sejak tahun 1899. Pada subbab ini penulis akan menjelaskan mengenai profil dan sejarah RS Bethesda secara umum. Informasi ini penulis peroleh dari *website* resmi milik RS Bethesda Yogyakarta serta obrolan dengan sesama rekan kerja saat menjalani masa orientasi secara *onsite*.

2.1.1 Profil Perusahaan

RS Bethesda Yogyakarta merupakan salah satu rumah sakit umum yang berada di bawah naungan YAKKUM (Yayasan Kristen untuk Kesehatan Umum). Rumah sakit ini beroperasi di Daerah Istimewa Yogyakarta sejak tahun 1899.



Gambar 2.1 Logo RS Bethesda Yogyakarta

Rumah sakit ini menghadirkan berbagai jenis layanan kesehatan seperti rawat jalan maupun rawat inap, IGD, *Stroke Center*, *Medical Check Up* (MCU), layanan vaksinasi dan lainnya. Rumah sakit ini juga melayani pasien umum maupun pasien dengan BPJS, dan pasien dengan asuransi. Visi misi RS

Bethesda sesuai dengan yayasan yang menaunginya yaitu Yayasan Kristen untuk Kesehatan Umum (YAKKUM). Visi mereka adalah menjadi rumah sakit terpercaya dengan pelayanan profesional yang berlandaskan kasih. Sedangkan untuk misi mereka adalah menyelenggarakan pelayanan kesehatan inklusif yang holistik, unggul, aman, dan berwawasan lingkungan, berperan aktif dalam proses pendidikan, penelitian, dan pengembangan yang berkesinambungan untuk meningkatkan kualitas SDM yang visioner proaktif, berintegritas dan berjiwa kasih, dan mengembangkan jejaring untuk memperluas jangkauan dan mutu pelayanan.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

RS Bethesda Yogyakarta pertama kali didirikan oleh Dr. J.G. Scheurer pada tanggal 20 Mei 1899. Mulai dari panggilan dan perjalanan Dr. Scheurer dengan bantuan banyak pihak akhirnya rumah sakit ini pun berhasil dibangun. Pada awalnya rumah sakit ini memiliki nama Zendingsziekenhuis “Petronella”. Nama Petronella sendiri berasal dari permintaan seorang pensiunan pendeta bernama Coeverden Andriani yang membantu memberikan bantuan dana dalam pembangunan rumah sakit ini. Sebagai penghormatan dan tanda cinta kepada istrinya ia meminta untuk memberi nama rumah sakit ini “Petronella”. Rumah sakit Petronella menjadi tempat penyembuhan penuh kasih bagi masyarakat yang membutuhkan pertolongan. Pada waktu ini masyarakat Yogyakarta mengenal Dr. Scheurer sebagai dokter yang menolong siapa saja tanpa pandang bulu. Hal inilah yang dijadikan sebagai simbol bagi RS Bethesda hingga saat ini untuk melakukan pelayanan dengan penuh kasih dan tanpa pamrih.



Gambar 2.2 Rumah Sakit Bethesda Yogyakarta

Pada tahun 1942 ketika pemerintah militer Jepang mulai masuk ke kota Yogyakarta, Rumah Sakit Petronella pun tidak lepas dari pendudukan Jepang. Pimpinan Rumah Sakit Petronella yang sebelumnya dipegang oleh Dr. KP. Groot diambil alih oleh Dr. LGJ. Samalo namun hanya beberapa bulan. Nama rumah sakit inipun diganti menjadi Jogjakarta Tjuo Bjoin. Rumah sakit ini mengalami banyak kerusakan perlengkapan dan fasilitas penting akibat perang, namun hal ini tidak meredupkan semangat para staf untuk mempejuangkan kemerdekaan dan tetap memberikan perawatan medis bagi mereka yang terluka dan membutuhkan pertolongan. Pada tanggal 25 September 1945 akhirnya diadakan di ruang rapat Rumah Sakit Jogjakarta Tjuo Bjoin. Para dokter dan kepala bagian membahas nasib rumah sakit ini dan memutuskan untuk mengembalikan rumah sakit ini kembali dikelola oleh swasta. Pemerintah Jepang awalnya menolak namun dengan ancaman dan tekad bulat akhirnya pemerintah Jepang menyerah dan rumah sakit ini kembali untuk dikelola swasta.

Rumah sakit ini pun kembali dipimpin oleh Dr. LGJ. Samalo dan menjadi rumah sakit pusat dalam melayani masyarakat, maka identitas rumah sakit ini menjadi Rumah Sakit Pusat. Kementrian Kesehatan Republik Indonesia akhirnya memberikan bantuan kepada Rumah Sakit Pusat. Rumah sakit ini tetap setia pada prinsipnya yaitu memberikan pelayanan cuma-cuma kepada pasien. Rumah Sakit Pusat hadir di tengah-tengah puing perang sebagai

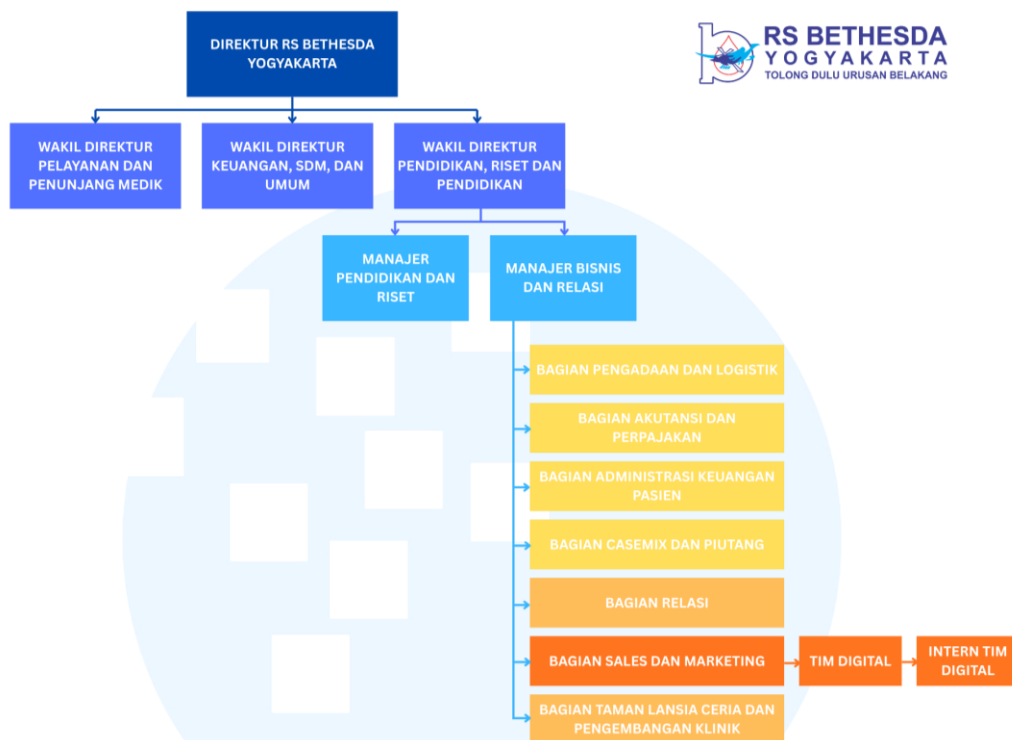
harapan dalam melayani masyarakat dan ikut dalam perjalanan menuju kemerdekaan Indonesia. Setelah perjalanan sejarah yang panjang akhirnya rumah sakit ini dikelola oleh Yayasan Kristen untuk Kesehatan Umum (YAKKUM) pada 1 Februari 1950 dan memiliki nama baru pada tanggal 28 Juli 1950 yaitu nama yang digunakan sampai saat ini, Rumah Sakit Bethesda.

Selama 127 tahun berkarya dan melayani masyarakat, RS Bethesda konsisten dalam memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat yang membutuhkan. Adapun beberapa pencapaian yang berhasil diraih RS Bethesda pada tahun 2025 lalu seperti penghargaan Diamon Status dari WSO Angels Q2 2025 atas keunggulan dalam menangani pasien stroke dengan tepat dan akurat. Penghargaan lainnya juga berupa penghargaan dari BPJS Kesehatan tahun 2025 sebagai faskes berkomitmen peringkat pertama dalam pelayanan kesehatan program JKN (Mail Bethesda, 2025).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur Organisasi RS Bethesda Yogyakarta dipimpin oleh Sinode Gereja Kristen Indonesia (GKI) dan Gereja Kristen Jawa (GKJ) dibawahnya terdapat pengurus YAKKUM dan barulah Direktur RS Bethesda Yogyakarta. RS Bethesda Yogyakarta memiliki 3 divisi utama yang dipimpin oleh masing-masing wakil direktur yang berbeda. Divisi-divisi ini terdiri dari divisi pelayanan dan penunjang medik, divisi keuangan, SDM, dan umum serta divisi pendidikan, riset, dan pengembangan mutu. Masing-masing divisi dipimpin oleh *manager* yang bertanggung jawab atas sub divisi yang terdapat di dalamnya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Kepala Bagian Bisnis (2026)

Dalam kegiatan magang yang dijalani, penulis masuk ke dalam divisi Bisnis dan Relasi tepatnya di bawah sub divisi bagian *sales* dan *marketing*. Sebagai intern dalam Tim Digital, penulis menerima tugas berupa *brief* dari *officer* tim digital dan jika sudah diselesaikan hasilnya akan diteruskan kepada manajer bisnis dan relasi untuk *feedback* dan *approval* sebelum ditayangkan.

2.3 Portofolio Perusahaan

Pada subbab ini penulis akan membahas portofolio dari RS Bethesda yang terdiri dari media sosial dan *website* dari RS Bethesda Yogyakarta. Informasi ini diperoleh dari *website* dan akun sosmed resmi RS Bethesda Yogyakarta.

2.3.1 Konten Instagram

Dalam mempromosikan layanan jasanya RS Bethesda Yogyakarta menggunakan akun media sosial yaitu Instagram. Desain konten ini memiliki template desain yang disesuaikan dengan ciri khas logo RS Bethesda yaitu warna biru. Konten ini umumnya berisi informasi kesehatan

yang diakhiri dengan promosi mengenai paket layanan kesehatan yang disediakan oleh RS Bethesda Yogyakarta.



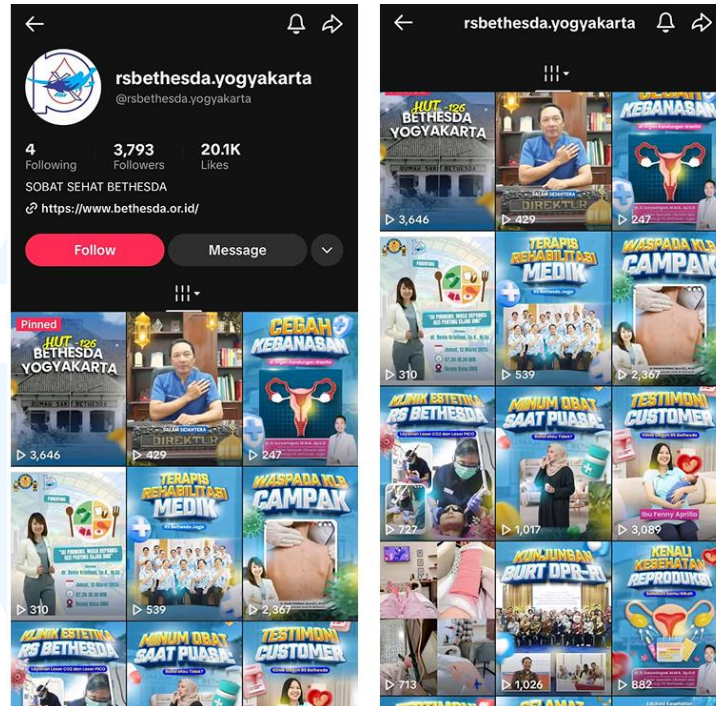
Gambar 2.4 Konten Instagram

Konten Instagram seperti ini cukup rutin di unggah, 1 sampai 5 kali seminggu dengan jumlah 1-2 konten per hari tergantung kebutuhan RS. Dalam proses pembuatan konten ini biasanya akan diawali dengan pemberian brief mengenai isi yang akan terdapat dalam konten lalu dilanjutkan dengan pencarian aset visual serta penggunaan foto yang mendukung isi konten, penggunaan *color palette* dan *font* yang biasa digunakan dalam konten lainnya. Desain konten Instagram ini termasuk simple karena mengutamakan isi atau informasi dari konten, namun tetap terlihat menarik dengan warna biru yang membawa identitas RS Bethesda.

2.3.2 Konten Tiktok

Desain konten tiktok RS Bethesda memiliki *template* desain cover yang mirip dengan konten Instagram yaitu dominan warna biru yang disesuaikan dengan ciri khas logo RS Bethesda. Konten ini umumnya berisi tentang informasi dan *fun fact* kesehatan yang diakhiri dengan promosi

mengenai paket layanan kesehatan yang disediakan oleh RS Bethesda Yogyakarta serta konten kegiatan para *staff* RS Bethesda Yogyakarta.



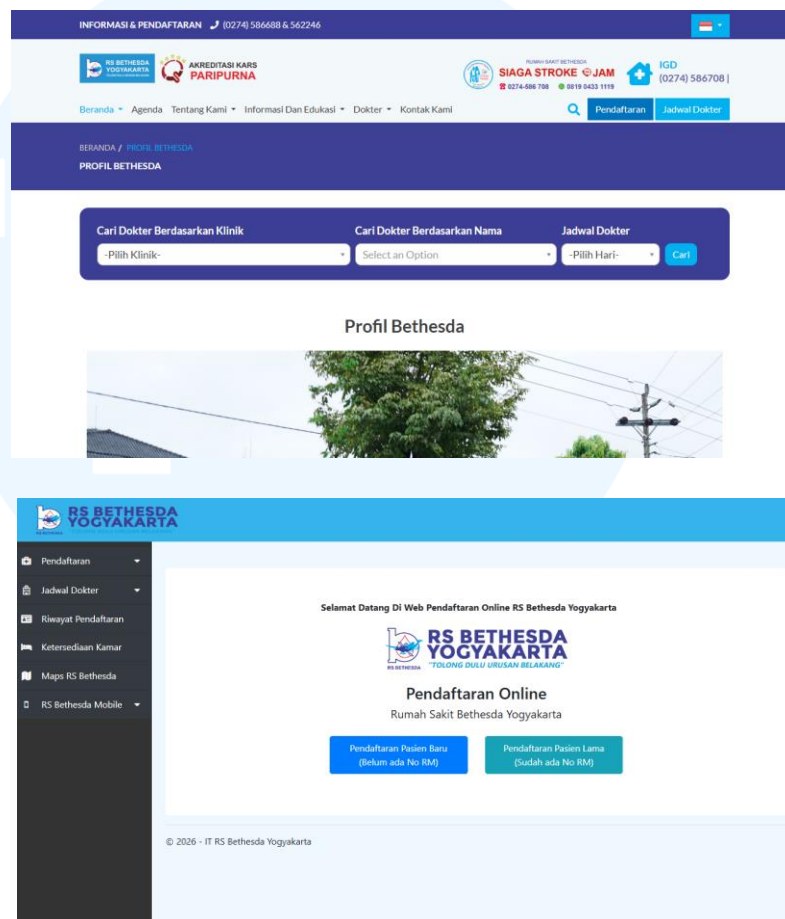
Gambar 2.5 Konten Tiktok

Mirip dengan konten yang terdapat di Instagram, namun unggahan konten Tiktok tidak se rutin dengan konten yang ada di Instagram. Konten Tiktok biasanya hanya di unggah beberapa dalam waktu 1 bulan dan sama seperti konten Instagram, konten Tiktok juga berisi informasi mengenai layanan jasa RS Bethesda Yogyakarta namun berbentuk *video*. Proses pembuatan *cover video* ini sama dengan proses pembuatan konten pada Instagram. Sedangkan untuk konten *video* biasanya diawali dengan brief mengenai topik yang akan dibawa dalam *video*, lalu mulai proses *take video* dan diakhiri dengan *editing* seperti mengatur tampilan *video*, aset visual, efek, dan *subtitle video*.

2.3.3 Website

Desain *website* RS Bethesda juga didominasi oleh warna biru dan putih sesuai dengan ciri khas dari logo RS Bethesda. *Website* ini berisi profile dan informasi umum RS Bethesda seperti alamat, sejarah, jadwal praktik

dokter, dan kontak yang dapat dihubungi. Terdapat juga konten lain seperti edukasi dan artikel tentang kesehatan. Calon pasien juga bisa melakukan registrasi online melalui *website* ini, hal ini juga dapat dilakukan melalui aplikasi *mobile* RS Bethesda.



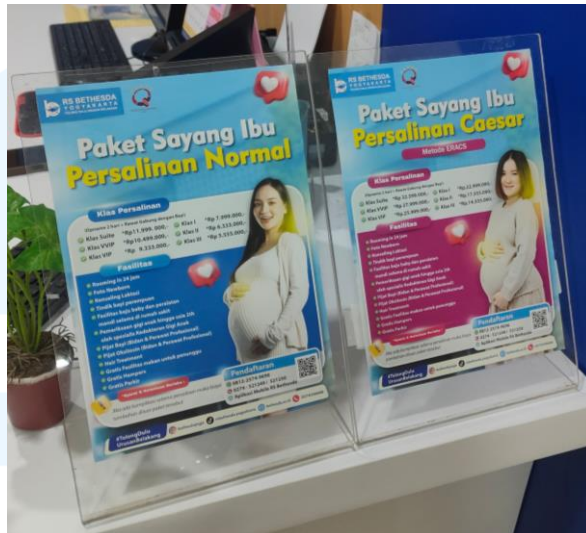
Gambar 2.6 *Website* RS Bethesda

Website ini memiliki desain yang sangat simple namun jelas dan mudah dipahami. Pasien maupun calon pasien dapat memperoleh informasi maupun menggunakan layanan melalui *website* ini. Selain melalui *website* ini pasien maupun calon pasien juga dapat registrasi melalui *mobile app* yang dapat diunduh melalui *app store*.

2.3.4 Flyer

Untuk desain flyer RS Bethesda biasanya disesuaikan dengan konten di Instagram. Dengan dominan warna biru dari logo RS Bethesda disertai aset

pendukung isi konten. Flyer ini umumnya berisi tentang informasi berupa pake layanan tertentu yang disediakan oleh RS Bethesda. Isinya juga beragam sesuai dengan bagian tempat yang akan ditempatkan *flyer* tersebut.



Gambar 2.7 Flyer

Flyer biasanya dicetak berdasarkan *request* dari bagian yang membutuhkan *flyer*. Pada gambar diatas, *flyer* di *display* dan dimasukkan ke dalam standing *acrlylic*. Tujuan *flyer* ini untuk mempromosikan paket persalinan yang disediakan RS Bethesda. Untuk proses pembuatan *flyer* sendiri biasanya menggunakan desain yang terdapat di konten Instagram namun di *resize* dan isinya dibuat lebih lengkap dan detail. Setelah itu *flyer* akan di *display* di bagian yang ingin dipasang *flyer* agar mudah terlihat oleh audiens.

2.3.5 Poster

Desain poster juga memiliki template yang sama sesuai dengan ciri khas logo RS Bethesda dan media yang lain. Poster memiliki ukuran lebih besar dan biasanya diletakkan tersebar di area rumah sakit. Poster juga biasanya berisi informasi mengenai paket layanan yang disediakan RS Bethesda.



Gambar 2.8 Poster

Gambar diatas merupakan jenis *standing* poster dimana poster ditempel dan dikaitkan menggunakan *standing T banner*. Sama seperti flyer, poster juga biasanya merupakan desain dari konten yang terdapat di media sosial namun dibuat menjadi ukuran yang lebih besar dengan informasi yang lebih mendetail. Namun peletakkannya lebih menyebar, dimana poster dapat diletakkan di tempat-tempat seperti dinding, lift, dan tempat terbuka lainnya yang mudah terlihat audiens.

2.3.6 Banner

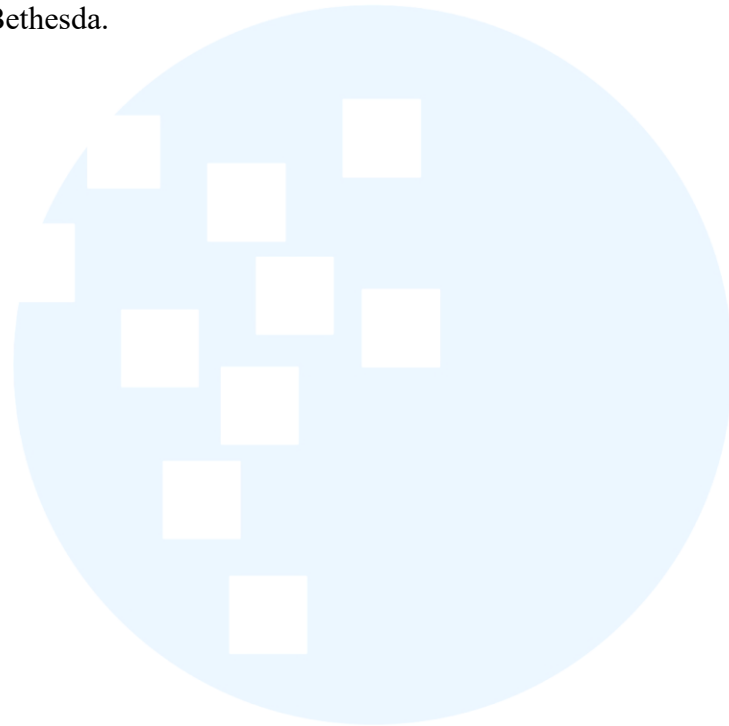
Dibawah ini merupakan salah satu contoh *banner* yang terdapat di RS Bethesda. Desainnya berbeda dengan media lainnya namun memiliki pemilihan warna yang sama. *Banner* ini biasanya digunakan dalam menyambut hari raya tertentu dan diltekan di pintu masuk rumah sakit.



Gambar 2.9 Banner

Banner yang dicetak biasanya berjenis spanduk dengan bahan vinyl dan dipasang di pintu masuk RS. Untuk desainnya mengikuti hari raya

tertentu, pada contoh diatas *banner* dihias aset visual dan warna ysng menampilkan nuansa Hari Raya Idul Fitri. Namun tetap pada *template* desain RS Bethesda, spanduk juga diberi nuansa warna biru yang menjadi identitas RS Bethesda.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA